Promotion de l'écoconsommation

expérience exemplaire

Préval Haut-Doubs

Auteur :

les Petits Planchants
BP 235
25303 Pontarlier Cedex 3
Voir le site internet
Gaëlle Journot
prevention@preval.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

Il s'agit de sensibiliser le public rencontré (principalement en Grandes et Moyennes Surfaces ou GMS ou lors de journées thématiques) à l'écoconsommation, en leur donnant les grandes lignes à travers des messages clefs.

Les outils utilisés sont :

- Des chariots comparatifs avec les produits du magasin, et l'affiche bilan des prix, réalisé pour chaque animation, ou la batterie de produits-type de Préval.
- L'exposition créée par l'ASCOMADE et acquise par Préval en 2010
- La mini expo sous forme de dépliant créée par l'ASCOMADE,
- La banderole en entrée de magasin, annonçant l'opération,
- Les carnets de courses pour éviter le gaspillage alimentaire, créés par l'ASCOMADE,
- Le guide de la réduction des déchets édité en 2010 par Préval,

En juin 2010 (A1), une animation a été réalisée au supermarché ATTAC, à Mouthe. L'exposition a également été prêtée à 3 classes dans le cadre de programmes pédagogiques sur les déchets. La thématique des éco-achat a été abordée lors des restitutions des programmes avec les classes auxquelles étaient invités tous les élèves des écoles et collèges concernés (cf fiche action n°13).

En 2011 (A2), l'équipe du pôle prévention/communication a axé les actions lors de la semaine européenne de la réduction des déchets sur le thème de l'éco-consommation, et est intervenu dans 4 GMS.

En 2012 (A3), l'équipe du pôle prévention/communication a axé une des actions de la SERD sur le thème de l'écochariot de Noël. Un dépliant spécifique a été créé pour l'occasion. Les messages de communications étaient orientés sur la consommation des produits spécifiques pendant les fêtes, au réemploi des jouets, à la réutilisation de déchets pour la décoration de Noël, et à la lutte contre le gaspillage alimentaire.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

Sensibiliser les habitants de Préval aux notions d'éco-consommation

Faire prendre conscience du lien entre choix de consommation et production de déchets.

Changer les comportements des habitants en matière de choix de consommation et de gaspillage alimentaire.

Résultats quantitatifs

2010 : 1 animation en GMS et 150 personnes sensibilisées ; exposition prêtée à 3 classes dans le cadre d'un projet pédagogique

2011 : 4 animations et 1413 personnes sensibilisées

2012 : 11 animations et 1436 personnes sensibilisées

Résultats qualitatifs

Les actions ont évolué dans le temps et surtout le **ciblage en 3e année sur les achats de Noël**, a permis d'élargir à plusieurs thématiques de la prévention, en orientant la communication sur des produits spécifiques, le réemploi des jouets, la réutilisation de déchets pour les décorations de Noël et la lutte contre le gaspillage alimentaire.

retrouvez les expos et guides utilisés sur notre site internet

MISE EN OEUVRE

Description de l'action

En amont

Il a fallu rechercher les coordonnées des GMS, afin de les contacter pour leur proposer la démarche et s'assurer de leur accord et leur collaboration.

Mise en place

Préval s'est appuyé sur l'ASCOMADE (association de collectivités pour la maitrise des déchets et l'environnement) qui a réalisé les **outils de communication**, un **guide** pour la mise en place des animations « éco-chariot ». Une **mini-expo** sous forme de dépliant a été mise à disposition ; elle a également conçu une **exposition qui a été acquise par Préval dès 2010**. Une exposition supplémentaire a été prêtée en 2011.

Fonctionnement

Les animations associent une action « **chariot comparatif** » (avec les produits et les prix du magasin ou se déroule l'action) avec une **exposition** ; **une banderole à l'entrée annonce l'opération**.

Les stands sont tenus par 2 conseillers du tri et de la prévention au minimum (en entrée de magasin, avant que les courses soient faites).

La 1re et la 2e année, les animations ont été axées sur les achats éco-responsables et en 3e année, sur les achats de Noël avec la création d'un dépliant spécifique.

Au-delà des 3 ans

D'autres actions ont pris le relais de ces premières animations sur l'éco-consommation : animations type « bar à soupe » sur le gaspillage et le compostage (avec le CPIE du Haut-Doubs, animations « éco-gestes » (avec le CPIE du Haut-Doubs), animations « jardinez naturellement » (avec les CPIE du Franche-Comté). **Depuis 2015, ces thématiques sont également développées dans l'espace pédagogique « Le Labo »** créé par Préval au sein de son pôle de valorisation de déchets. Cet espace reçoit chaque année plusieurs milliers de visiteurs.

Planning

Septembre 2011 : recherche coordonnées GMS

Octobre 2011 : contact avec les supermarchés

Novembre 2011 : préparation des animations puis interventions

Fin novembre 2011 : bilan de l'action SERD 2011

Déroulement similaire pour l'année suivante.

Moyens humains

1 coordinatrice + 6 conseillers du tri et de la prévention pendant 6 jours

1 coordinatrice : 5 jours

Moyens financiers

Pour le 3 ans, environ 2 000€ pour l'exposition et les guides associés (guides, mini expo, carnets de courses).

Moyens techniques

Soutien technique de l'ASCOMADE (association de collectivités pour la maîtrise de l'énergie et l'environnement) qui a réalisé les outils de communication pour ses adhérents, et réalisé un guide pour la mise en place des animations éco-chariot. En 2011, l'ASCOMADE nous a prêté une expo supplémentaire.

Partenaires mobilisés

Les Grandes et Moyennes Surfaces

L'ASCOMADE.

ADEME (PLP)

CPIE

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

La présence de l'ASCOMADE

En 2012, l'originalité de l'action était d'axer notre discours sur les fêtes de fin d'année.

Recommandations éventuelles

L'action est reproductible sur d'autres territoires. Il faut préalablement rencontrer les GMS pour leur proposer la démarche.

Les outils de communication sont disponibles (contacter l'ASCOMADE directement pour l'exposition).

Prévoir 2 animateurs par stand minimum.

Faire un bilan des mini et maxi chariot avec les prix et les produits du magasin.

Se positionner à l'entrée et non pas à la sortie du magasin (les courses sont déjà faites à la sortie).

La distribution des carnets de courses nous semble discutable. L'objet n'est pas toujours bien perçu et parfois vu comme un gadget inutile.

Mots clés

CONSOMMATEURS | COMMERCE | CONSOMMATION DURABLE | EDUCATION ENVIRONNEMENTALE | CAMPAGNE D'INFORMATION

Dernière actualisation

Octobre 2019

Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Capitalisation réseau A3P

l.morlot@lm-environnement.com

Direction régionale toutes les régions